

Canal TI

La revista del negocio TI del Perú

DISTRIBUCIÓN SEMANAL GRATUITA
Nº 988
LUNES 13
ABRIL
2026

Ricoh y Grupo Ventura

15 años liderando
la transformación
tecnológica
inteligente en el
Perú

Paula Salazar, Sales Manager de
Ricoh Latam,



Cada superficie se convierte en una oportunidad para conectar e impactar



Las soluciones de señalización de Epson para publicidad exterior y en tiendas

En un mundo digitalizado, las paredes, los vehículos y las vitrinas se convierten en los nuevos lienzos para contar historias memorables. La señalización ha dejado de ser solo un indicador para evolucionar hacia una forma de arte y de comunicación estratégica que define la experiencia de una marca en el mundo físico. En medio de esta revolución visual, Epson se posiciona como el aliado que permite a las empresas no solo participar, sino también liderar esta transformación.

Con un ecosistema tecnológico diverso en Latinoamérica, el objetivo es guiar a cada creador, desde el publicista hasta el diseñador de interiores, hacia la tecnología precisa

que su visión demanda, permitiendo que cada mensaje no solo sea visto, sino también sentido.

Una herramienta para cada historia

Una valla publicitaria expuesta a la intemperie cuenta una historia distinta de la de un delicado mural resguardado en una boutique de lujo. Por ello, el portafolio de Epson está diseñado en base a tres tipos de tecnologías:

Serie S – Solvente

Es la tecnología indispensable para gráficos y señalización de exterior e interior de alto impacto. Diseñada para marcas que requieren la máxima durabilidad, la Serie S ofrece colores intensos y vibrantes

con una resistencia superior. Esto permite que aplicaciones como la rotulación vehicular y las publicidades en exterior duren un largo plazo, manteniendo la audacia de su mensaje desde la instalación hasta el último día. Esta es la plataforma de impresión que inspira la confianza de que las historias de marca perduren.

Serie R – Resina

Diseñada para dar vida a espacios comerciales, corporativos y de hospitalidad, la Serie R se convierte en la protagonista en interiores. Su precisión cromática y calidad de impresión entregan resultados excepcionales en cada aplicación: desde murales y papel tapiz personalizado, hasta seña-

lización detallada en el punto de venta o gráficas promocionales para fachadas y vitrinas. Gracias a sus tintas de bajo olor, resistentes y de secado instantáneo, permite transformar un espacio en cuestión de horas, con acabados que reflejan la identidad de marca con fidelidad. Una solución que combina productividad, versatilidad, y una experiencia visual superior en tu entorno.

Serie V - UV Cama Plana

¿Qué ocurre cuando el soporte ya no es papel, sino madera, acrílico, metal, vidrio o prácticamente materiales rígidos? La Serie V es la solución para quienes se niegan a poner límites a la creatividad y no se limitan al material. Esta tecnología permite imprimir directamente sobre diversos tipos de superficie rígida, añadiendo texturas, relieves y acabados brillantes o mates. Es la puerta de entrada a la señalización táctil, a los objetos promocionales que se sienten únicos, convirtiendo ideas audaces en objetos tangibles.

Un ecosistema inteligente

"La señalización dejó de ser solo un indicador para convertirse en



una experiencia. Es la primera impresión de una marca ante su cliente", afirma Fabián Calapaqui, Product Manager. "Estamos brindando a las empresas de América Latina las herramientas para que sus ideas cobren vida en el mundo físico, permitiendo que elijan la herramienta adecuada para cada creación".

Para facilitar una gestión eficiente y continua de la producción, Epson ofrece un ecosistema inteligente que integra su software Epson Edge Print Pro y la plataforma en la nube Epson Cloud Solution PORT. Esta combinación permite centralizar el control de flotas de impresoras, supervisar el estado de producción en tiempo real y mantener una calidad de color constante en cada proyecto, desde prácticamente cualquier lugar, siempre que se cuente con conexión a internet.

Mayorista presentó su visión en el evento Security Day



Licencias OnLine: El impacto de la IA y el modelo Zero Trust en la agenda de ciberseguridad

Licencias OnLine llevó a cabo en Perú una nueva edición de su iniciativa Security Day, un encuentro que reúne a los actores principales de su red de distribución y fabricantes de tecnología con el fin de poner sobre la mesa las oportunidades comerciales para los canales en el sector de la seguridad informática.

Según explica Jennifer Canales, gerente Comercial de LOL Perú, "el Security Day busca generar un espacio de alto valor con nuestros principales partners, enfocado en ciberseguridad, relacionamiento y desarrollo de negocio".

La implementación de este proyecto en el territorio peruano responde a una planificación orientada a la consolidación de las relaciones comerciales. "El propósito central es forta-

lecer el vínculo con nuestros partners estratégicos en Perú, alinearlos en oportunidades concretas y acompañarlos en la evolución del negocio de seguridad, que hoy es cada vez más crítico para los clientes", dijo Canales

Para cumplir con esta meta, se optó por un formato que se distancia de las convocatorias masivas habituales en el sector tecnológico. La elección de una modalidad de asistencia limitada responde a una lógica de efectividad en la comunicación, ya que, en palabras de la ejecutiva, se busca la "calidad del relacionamiento por sobre la masividad, generando conversaciones más cercanas, estratégicas y accionables".

La jornada integró sesiones de transferencia de conocimientos con una actividad de recreación en un kartó-

dromo. Esta dinámica tiene como finalidad romper con los esquemas de los eventos corporativos tradicionales para propiciar un contacto directo entre las marcas y los socios de negocios. Al respecto, Canales señala: "Esta actividad permite establecer un entorno de confianza, cercanía e interacción genuina entre partners y marcas, que facilita conversaciones más abiertas y naturales, lo que finalmente se traduce en mejor colaboración y mayor generación de oportunidades".

La propuesta de valor y el ecosistema de fabricantes

La estrategia de Licencias OnLine en el mercado de ciberseguridad se diferencia de los modelos de distribución convencionales al integrar un acompañamiento que abarca la totalidad del proceso comercial. Al respecto,

Canales sostiene: “Nuestra propuesta de valor va más allá de la distribución, se enfoca en la creación de un ecosistema donde el intercambio entre fabricantes y canales sea el eje del desarrollo de negocios que resulten sostenibles en el tiempo. Esta visión permite la identificación de oportunidades reales y el soporte a los socios de negocios no solo en la etapa de venta, sino durante todo el ciclo de crecimiento del proyecto”.

En el Security Day participaron empresas fabricantes de soluciones de seguridad que lideran el mercado global. Entre las marcas mencionadas se encuentran Check Point, Netskope, Kaspersky, Sophos, Thales, Trend Micro, CyberArk, Progress y Veeam. El trabajo conjunto con estos proveedores es un factor determinante para el éxito de la estrategia comercial en el país. “En un entorno donde los ataques cibernéticos presentan una complejidad creciente, el trabajo articulado entre fabricantes, distribuidor y canal se vuelve fundamental”, destaca Canales, “al permitir integrar capacidades técnicas con el conocimiento específico del mercado local para brindar una respuesta más integral y efectiva al cliente final”.

Estructura técnica y soporte local

Para dar soporte a estas iniciativas, Licencias OnLine cuenta en Perú con un equipo de profesionales con funciones especializadas. El grupo de trabajo está integrado por perfiles comerciales y técnicos cuya formación está orientada específicamente al ámbito de la ciberseguridad y su función principal el seguimiento de los socios de negocios en las distintas fases del proceso.

El apoyo que el distribuidor brinda a sus canales se materializa en servicios específicos. Estos incluyen el soporte en preventa, dimensionamiento de soluciones y acompañamiento comercial en oportunidades clave.

Asimismo, la empresa promueve el desarrollo de sus socios a través de programas de capacitación y planificación conjunta de objetivos comerciales. “El objetivo final de esta



Jennifer Canales, gerente Comercial de LOL Perú

estructura es que Licencias OnLine actúe como un habilitador real del negocio”, detalla Canales. De esta forma, se facilita que los canales incrementen sus capacidades técnicas y operativas dentro de un mercado que presenta niveles de exigencia elevados.

Tendencias del mercado de ciberseguridad

Durante el evento también se hizo foco en las tendencias que actualmente rigen la agenda de las orga-

nizaciones en Perú y en la región. Canales identifica tres pilares fundamentales en la evolución del sector. El primero de ellos es la integración de la inteligencia artificial, utilizada tanto por las empresas para mejorar los sistemas de detección de incidentes como por los agentes atacantes para incrementar la complejidad de sus acciones. El segundo eje de tendencia es la implementación de modelos de Zero Trust (confianza cero), una necesidad derivada del aumento de los entornos de trabajo distribuidos que requieren una validación constante de los accesos de los usuarios.

Finalmente, el incremento en la frecuencia de ataques de tipo ransomware. “Esta situación ha generado que las empresas cambien su enfoque de seguridad, pasando de una visión puramente preventiva a una estrategia que contempla la detección y respuesta de forma ágil”, explica Canales y, bajo esta premisa afirma: “La ciberseguridad pasa a ser un eje estratégico del negocio y no solo un componente tecnológico”.

Expectativas y proyecciones de crecimiento

Tras la finalización del Security Day, la expectativa institucional de Licencias OnLine se centra en que los diálogos iniciados durante la jornada se transformen en acciones comerciales concretas. “La meta es lograr una ejecución más ágil en conjunto con el ecosistema que permita capitalizar el alineamiento logrado entre los participantes”, finaliza Jennifer Canales.



Por Wilder Rojas Díaz

Con una propuesta integral de servicios de impresión y de tecnología, la marca reafirma su compromiso con el mercado peruano

Ricoh y Grupo Ventura: 15 años liderando la transformación tecnológica inteligente en el Perú

En el dinámico ecosistema tecnológico peruano, la alianza entre Ricoh y Grupo Ventura mantiene una solidez y continuidad. Con más de 15 años de trabajo conjunto, esta sinergia no solo ha resistido los cambios de marca y las fluctuaciones del mercado, sino que se ha consolidado como el referente indiscutible en soluciones de captura y gestión documental.

Aprovechando su más reciente visita a Lima, conversé con Paula Salazar, Sales Manager de Ricoh Latam, quien compartió su visión sobre el potencial del mercado local, la exitosa integración del portafolio de Fujitsu y el compromiso de la marca por crear para las organizaciones peruanas sus lugares inteligentes de trabajo del futuro.

Paula, bienvenida nuevamente al Perú. Es un gusto tenerte con nosotros. ¿Cómo te sientes en esta nueva visita a Lima?

Muy bien, de verdad que estoy muy contenta de estar aquí. Visito este hermoso país aproximadamente cada trimestre; creo que mi última visita fue hace menos de seis meses. Para Ricoh, el Perú no es solo un mercado más, es una plaza estratégica donde nos sentimos como en casa gracias a la calidez de su gente y la solidez de nuestros socios.

Mencionas la solidez del mercado. ¿Cómo evalúas actualmente el panorama peruano para las soluciones de Ricoh?

El mercado peruano es excelente. Existe un potencial enorme porque las empresas están valorando el apoyo que les brindamos para migrar de procesos físicos, manuales y basados en papel, hacia flujos digitales. Disfrutamos y encontramos muy productivo el acercamiento con el usuario final; entender sus dolores para optimizar su entorno, hacerlo más rápido y eficiente. Al final del día, esto se traduce en ahorro de tiempo y costos, beneficios que, en Ricoh siempre buscamos maximizar. En eso se basa nuestra promesa de que en Ricoh cocreamos con nuestros clientes.

Un hito importante en los últimos años fue la transición de la marca Fujitsu a Ricoh. ¿Cómo ha tomado el cliente peruano este cambio en el portafolio de escáneres?

Ha sido una transición sumamente fluida. Hace unos tres o cuatro años iniciamos este proceso de la mano de Grupo Ventura, comunicando a nuestros canales y clientes que la calidad y las especificaciones que tanto valoran se mantenían intactas. Los modelos son exactamente los mismos; solo que ahora contamos con la experiencia y trayectoria que tiene Ricoh en Latam. El prestigio de ambas marcas y, también, el respaldo de 15 años de Grupo Ventura en el país, evitaron que el mercado sintiera incertidumbre y al contrario, aumentara su confianza en nosotros porque respondimos con continuidad y servicio.

¿Qué le aportó específicamente la tecnología de Fujitsu al ecosistema de Ricoh?

Fue el complemento perfecto. Ricoh ya era líder en la creación de documentos con nuestras impresoras, pero la adquisición de Fujitsu nos permitió fortalecer el portafolio para ofrecer una solución "punta a punta". Ahora cubrimos desde la generación del documento hasta su digitalización, captura inteligente, gestión de flujos de trabajo y gobernanza de datos. Hemos cerrado el círculo de la gestión documental con una oferta integral.

Hablando de sectores específicos, ¿dónde están viendo mayor adopción de estas soluciones en Perú?

Estamos presentes en todo tipo de organizaciones enfocadas en la competitividad. Tenemos soluciones instaladas en áreas de Recursos Humanos, departamentos legales y sectores financieros. En Ricoh creemos que en



Paula Salazar, Sales Manager de Ricoh Latam

"Donde hay papel, hay oportunidades".

Incluso tenemos un rol preponderante en el ámbito gubernamental. Contamos con 10 años de experiencia participando exitosamente en los procesos electorales del Perú, donde nuestros escáneres procesan las cédulas de votación con una precisión absoluta. Es un negocio de gran envergadura donde el prestigio del producto es vital.

Mencionaste a Grupo Ventura. Cumplen 15 años como socios de negocios. ¿Qué tan crítico es su rol para el éxito de Ricoh a nivel nacional?

Es fundamental. Lo que hemos logrado con Grupo Ventura es fruto de un trabajo en equipo incansable. No solo hemos crecido en participación de mercado, sino, lo más importante, en satisfacción del cliente. Grupo Ventura nos brinda una cobertura nacional envidiable. Gracias a su red de partners, podemos llegar a la zona más remota del Perú, instalar un escáner y brindar el soporte técnico necesario.

El cliente siente la seguridad de que hay una estructura

sólida detrás de la marca que ha estado al frente durante 15 años. Esa estabilidad es invaluable, especialmente en un país que, a pesar de su dinamismo político, mantiene la economía más sólida y proyectada de la región.

¿Hacia dónde se dirige Ricoh en el corto plazo dentro del mercado local?

Seguiremos apostando fuerte por el Perú. Ya no hablamos solo de adopción digital; ahora nuestro norte es la "creación de espacios inteligentes de trabajo". Queremos seguir estando cerca de nuestros clientes, llevando equipos para demostraciones en vivo e instalando software de captura para que vean, en sus propias oficinas, cómo nuestra tecnología mejora sus procesos.

Nuestra meta es que el trabajador que digitaliza día a día diga: "Esto es lo que necesito". Queremos que el software de captura, que es un valor agregado clave de nuestros equipos, sea la herramienta que libere el potencial de las personas. Tenemos mucho mercado por recorrer y estamos listos para lo que viene.



De la curiosidad a la productividad

Tres claves para dominar Gemini Enterprise en su organización

En el último año, la inteligencia artificial pasó de ser una novedad a una herramienta de uso diario. Sin embargo, en el entorno corporativo, no todas las IA son iguales. Víctor Sánchez, experto en IA de Servinformación, destaca la evolución hacia Gemini Enterprise: la puerta de entrada hacia una organización eficiente, autónoma y estratégicamente agentiva.

A medida que las empresas colombianas superan la etapa de curiosidad, la pregunta ya no es si usar IA, sino cómo escalar su adopción para transformar radicalmente la eficiencia operativa. El 2026 marca el fin de la

experimentación aislada y el inicio de la estandarización estratégica: el año en que las organizaciones dejarán de ver a la IA como un simple asistente, para convertirla en un motor de agentes autónomos capaz de orquestar procesos, reducir costos operativos y acelerar la rentabilidad del negocio a escala.

¿Por qué Gemini Enterprise y no la versión convencional?

Para la alta gerencia, la distinción es crítica: mientras el Gemini personal funciona como un asistente para tareas cotidianas, la versión Enterprise opera como un consultor experto que conoce los archivos internos de

la organización y garantiza absoluta privacidad.

Seguridad Nivel Bóveda: "Existen datos que revelan que un 70% de los empleados hace un uso fantasma de IA en las compañías; es decir, utilizan IA pero no lo reportan. A esto lo llamamos Shadow AI (uso de IA no autorizado). A diferencia de las versiones abiertas, en Enterprise los datos de las compañías no se usan para entrenar los modelos públicos de Google. Lo que pasa en la empresa, se queda en la empresa", explica Sánchez.

Contexto Corporativo Real: Gemini

Enterprise se integra nativamente con Gmail, Drive y Meet, permitiéndole analizar reportes internos o resumir reuniones con un solo comando, bajo un entorno gobernado.

Claves estratégicas para generar valor con IA empresarial

Para las organizaciones que buscan dar el salto de la curiosidad a la ejecución, estos son los tres pilares fundamentales para maximizar la herramienta:

1. Activar el "Enfoque Agentivo"

Es momento de dejar de ver a la IA como un simple motor de búsqueda. El valor real reside en los agentes. Al configurar asistentes especializados —por ejemplo, un experto en normatividad legal, análisis financiero o atención al cliente—, Gemini deja de ser reactivo y comienza a orquestar flujos de trabajo completos.

2. Aprovechar la multimodalidad y la interoperabilidad con sistemas core (SAP, Salesforce, Microsoft)

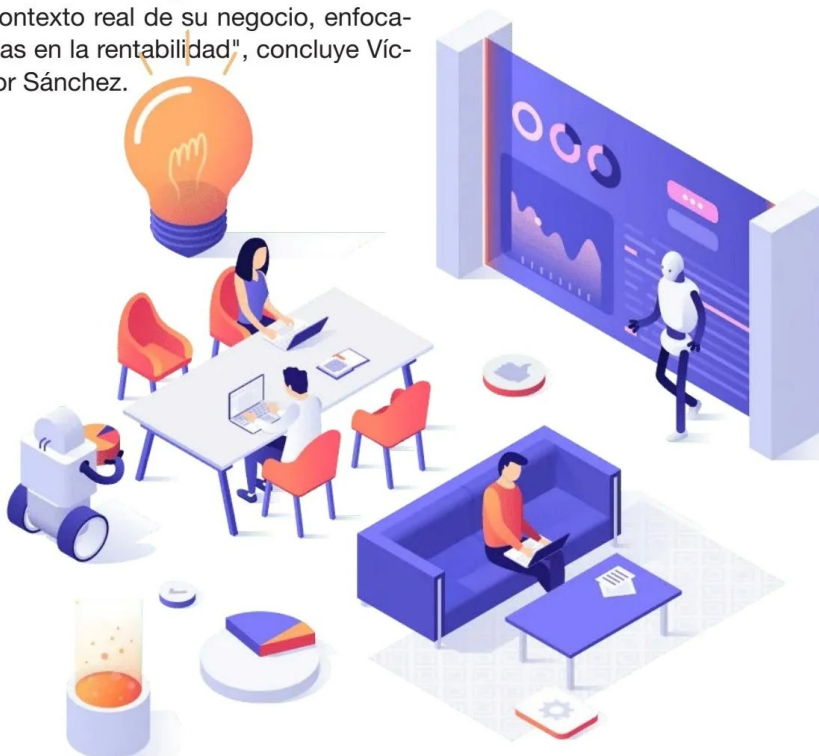
Gemini Enterprise entiende texto, imágenes, audio y video simultáneamente. Un uso práctico es subir grabaciones de sesiones de brainstorming o fotos de tableros para que la IA extraiga compromisos y asigne responsables automáticamente. Más allá de su ecosistema, la plataforma elimina las barreras de integración: se conecta fluidamente con fuentes críticas de datos externos como SAP, Salesforce o el entorno Microsoft. Esto rompe los silos informativos tradicionales y permite que la IA tome decisiones basadas en el contexto transaccional real de toda la compañía, sin importar la infraestructura previa.

3. Automatización "No-Code" con Google Agentpace

Ya no es necesario un equipo masivo de desarrolladores para crear herramientas personalizadas. Con Google Agentpace, cualquier líder de área puede conectar la IA a sus fuentes de datos de forma segura para crear soluciones a medida, sin escribir una

sola línea de código.

"La IA empresarial no se trata de tener el chat más rápido, sino de contar con la infraestructura más segura y conectada. Con Gemini Enterprise, estamos habilitando a las compañías para que dejen de procesar datos de forma aislada y empiecen a tomar decisiones estratégicas basadas en el contexto real de su negocio, enfocadas en la rentabilidad", concluye Víctor Sánchez.



Víctor Sánchez,
Country Manager de
Servinformación.



Junto a sus socios Fortinet y Dacas

ITQ fortalece su propuesta en ciberseguridad con exclusivo evento en altamar

Grupo Tecnológico ITQ realizó el pasado 10 de abril un encuentro exclusivo junto a sus socios Fortinet y Dacas, dirigido a clientes finales, con el objetivo de abordar los principales desafíos y tendencias en ciberseguridad. El evento se desarrolló en altamar, a bordo de un catamarán, como una experiencia inmersiva que combinó networking, innovación y análisis estratégico en torno a los desafíos actuales de seguridad digital.

Durante la jornada, Álvaro Melo, gerente de Ciberseguridad de ITQ, presentó las capacidades del centro de operaciones de seguridad de la compañía, destacando su alto nivel de madurez y evolución hacia un CyberSOC de defensa continua y adaptativa. Asimismo, puso énfasis en un enfoque basado en múltiples integraciones y el uso de inteligencia artificial para automatizar procesos, optimizar la gestión de incidentes y acelerar la respuesta ante amenazas.

Asimismo, Yhoenny López, gerente Comercial de ITQ Perú, señaló: “En ITQ estamos consolidando una propuesta de valor sólida en ciberseguridad, respaldada por alianzas estratégicas y capacidades especializadas. Este tipo de iniciativas nos permite acercar a nuestros clientes soluciones concretas y efectivas para fortalecer su postura de seguridad frente a un entorno de amenazas cada vez más sofisticado”.

Adicionalmente, Fortinet realizó una demostración de su solución FortiSASE, evidenciando cómo las empresas pueden asegurar el acceso a aplicaciones y usuarios en entornos distribuidos, manteniendo altos estándares de protección.

El encuentro reafirmó el compromiso de Grupo Tecnológico ITQ de seguir impulsando su propuesta en ciberseguridad, consolidando su posicionamiento en el mercado peruano junto a aliados tecnológicos de primer nivel.



Distribuidora de valor agregado y especializada en soluciones de ciberseguridad y tecnología

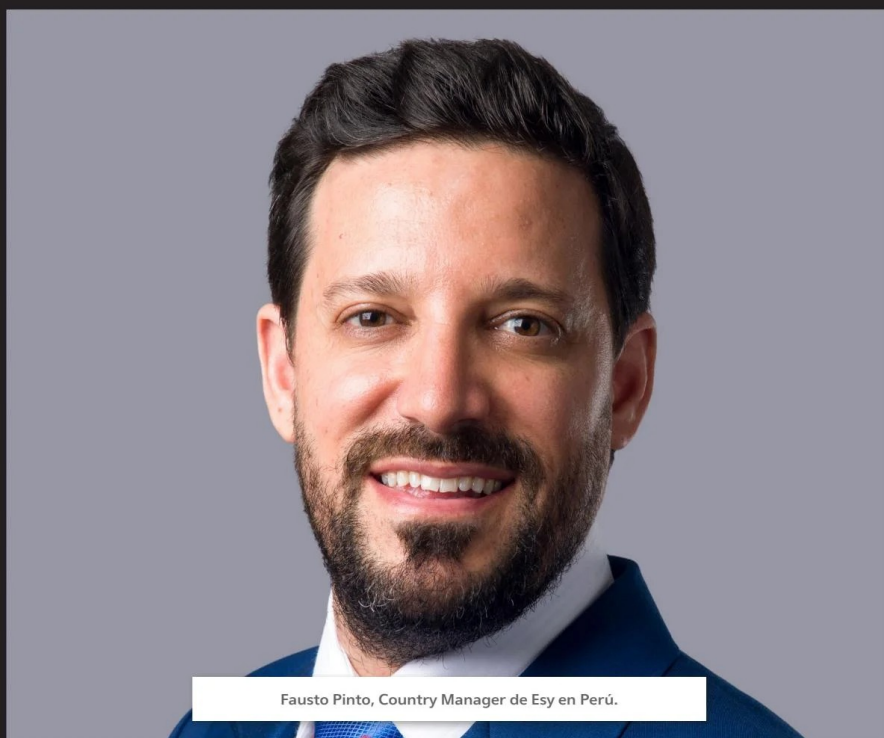
El mayorista ESY inicia operaciones en Perú

ESY, anuncia oficialmente la apertura de su operación en Perú, la que será liderada por Fausto Pinto, quien asume como Country Manager, con el objetivo de establecer una sólida presencia local, desarrollar el ecosistema de canales y consolidar alianzas estratégicas en el país.

La entrada al mercado peruano se da con las marcas LevelBlue, Safetica y ScaleFusion, que se incorporan junto a ESY en esta nueva etapa, ampliando el acceso del mercado a soluciones globales de ciberseguridad, protección de datos, gobernanza y gestión de dispositivos. La iniciativa refuerza el compromiso de la compañía de incorporar soluciones líderes en su categoría, ofrecer servicios “white label” al canal, desarrollar estrategias de mercado y habilitar iniciativas de comarketing, diferenciándose de los modelos tradicionales de distribución y generando alto valor para los canales de la región.

Como parte de su plan de expansión, una operación integrada entre Brasil y Perú permitirá potenciar sinergias comerciales, acelerar la toma de decisiones y fortalecer la propuesta de valor de ESY en la región. Para Rosely Hanoach, VP de MKT & Sales de ESY, la expansión representa un movimiento estratégico alineado con la visión de la compañía:

“La llegada de ESY a Perú marca el inicio de nuestra expansión internacional en Latinoamérica. Nuestro objetivo es construir una operación sólida y cercana al canal, replicando un modelo que hemos desarrollado durante más de 20 años en Brasil y



Fausto Pinto, Country Manager de ESY en Perú.

adaptándolo a la realidad del mercado local. Además, representa una nueva opción para el canal que busca desarrollar o profundizar su negocio en ciberseguridad.”

“Nuestro enfoque no es la amplitud de portafolio, sino la profundidad en ciberseguridad, acompañando a partners en la evolución de sus capacidades y en la ejecución de proyectos cada vez más complejos.”

Por su parte, Fausto Pinto, Country Manager Perú, destaca el potencial del mercado local y la propuesta de valor de la compañía: “El Perú atraviesa un momento clave en la madurez de la ciberseguridad y la transformación digital. Nuestro objetivo es estructurar un ecosistema sólido y exclusivo de partners, impulsando estrategias de mercado que permitan

un crecimiento sostenible de los canales. ESY llega al país con una propuesta clara de valor agregado, foco en especialización y un fuerte alineamiento con fabricantes globales”.

Posicionándose como un VAD real, ESY desplegará en la región una agenda estructurada de entrenamientos técnicos y comerciales, programas de capacitación y certificaciones, orientados a fortalecer las capacidades del canal y elevar el nivel de ejecución en proyectos de ciberseguridad.

“Nuestro diferencial es la especialización en ciberseguridad y la forma en que trabajamos con el canal. No buscamos competir en amplitud de portafolio, sino en profundidad técnica y conocimiento”, finaliza Fausto Pinto.



Fausto Pinto es el Country Manager de Esy en Perú

La semana pasada conversé con Fausto Pinto, quien regresa al mercado peruano como Country Manager de Esy, mayorista de valor agregado y especializado en soluciones de ciberseguridad y tecnología. "El Perú atraviesa un momento clave en la madurez de la ciberseguridad y la transformación digital. Nuestro objetivo es estructurar un ecosistema sólido y exclusivo de partners, impulsando estrategias de mercado que permitan un crecimiento sostenible de los canales", me dijo. Anteriormente, ha trabajado en Sophos y WatchGuard, y como fundador de NexOrbit ha colaborado con empresas como Sinefa y Hunters. Tiene más de 20 años en el negocio de ciberseguridad, redes y gestión de datos. ¡Un gran abrazo, querido Fausto!



Rinaldo Iberico es el director Comercial de Sumtec

Sumtec anuncia la incorporación de Rinaldo Iberico como su nuevo director Comercial. Rinaldo cuenta con una experiencia de más de 15 años de liderazgo comercial B2B en multinacionales de sectores como telecomunicaciones, hidrocarburos y servicios. Su trayectoria destaca por el desarrollo estrategias de ventas consultivas a clientes corporativos y gestión de equipos con cobertura nacional. ¡Éxitos, Rinaldo!



Encuentro con Paul Püell, Product Manager de Integratel

Fue muy grato conversar con Paul Püell, Product Manager de Ciberseguridad B2B de Integratel (Movistar), a quien encontré en un evento tecnológico organizado por la empresa de telecomunicaciones. "Mi enfoque es potenciar el segmento corporativo y empresas a través de una oferta integral de ciberseguridad respaldada por socios estratégicos globales, para que aseguren la continuidad de su operación", me dijo. ¡Un gran abrazo, querido Paul!



Alejandro Ruiz es el nuevo gerente de Segmento de Consumo de Lenovo

Lenovo nombra a Alejandro Ruiz como su nuevo gerente del Segmento de Consumo en Perú. Alejandro cuenta con más de 10 años de experiencia profesional en planificación y gestión comercial, desarrollada en empresas líderes del sector retail y tecnológico, con un enfoque en crecimiento y posicionamiento de marca. Desde su incorporación a Lenovo Perú en 2021, ha desempeñado diversas funciones estratégicas vinculadas al desarrollo del portafolio de consumo y al crecimiento comercial. Es administrador de empresas por la Universidad del Pacífico y cuenta con un diplomado y especialización en finanzas por la misma casa de estudios. ¡Éxitos, Alejandro!

Edición **Impresa**



Potencia tu marca
Llegamos a todo el
ecosistema TI peruano
mediante la web, redes
sociales y la versión
impresa.

Contáctanos:
contacto@mediacomm.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe